

SERVICE-CHAMPIONS 2024

DIE BESTEN AUS 423 BRANCHEN

Die Begegnung mit dem Kunden ist und bleibt das spannendste, was einem Unternehmen passieren kann. Wie verläuft sie maximal harmonisch und mündet in ein gestärktes Verhältnis? Diese Hersteller und Dienstleister wissen, wie man sogar bei Reklamationen die Kundenbeziehung intensiviert!



Dieser Kundin ein Lächeln aufs Gesicht zu zaubern, hat den Verkäufer gewiss nicht viel gekostet – ist aber ein unschätzbar wertvoller Dienst für seinen Arbeitgeber

KUNDENKONTAKT – CHANCE UND RISIKO ZUGLEICH

BITTE RECHT FREUNDLICH!

Beibehaltung Menschlichkeit! Mit diesem Spruch kommentiert das legendäre Ruhrpott-Original Tegtmeier, erfunden und gespielt vom Fernseh-Kabarettisten Jürgen von Manger, oft und gern den Alltag. KI und Call Center waren in den 1950er-Jahren kein Thema – aber der launige Spruch des Komödianten passt auch in unserer technisierten Welt auf Anhieb. Und zeigt: Eigentlich hat sich trotz aller neu hinzugekommenen Hilfsmittel gar nicht so viel geändert.

Anders gesagt: Menschen bleiben Menschen – mit menschlichen Schwächen. Insbesondere beim Dialog zwischen Unternehmen und Kunden. Wie die meisten Dinge im Leben, so unterliegt auch der Kundenservice bestimmten Trends und Moden. Schlagworte, die im Zusammenhang damit seit einigen Jahren immer wieder auftauchen, sind etwa Automatisierung und Self Service, sowie KI und Omnichannel. Dabei lautet das Versprechen naturgemäß stets, dass durch die Veränderungen Verbesserungen für Kundschaft und manchmal sogar für das Servicepersonal erfolgen sollen. Oft ist das auch tatsächlich der Fall: Insbesondere bei immergleichen Standard- und Routineaufgaben können beispielsweise automatisierte Abläufe, die unabhängig von menschlichem Servicepersonal stattfinden können, sowohl für den Anbieter als auch für seine Angestellten

sowie die Kundinnen und Kunden von Vorteil sein. Statt etwa auf einen verfügbaren Mitarbeiter warten zu müssen, können Kundinnen und Kunden dann selbstständig tanken und automatisch bezahlen, den Pfandflaschenautomaten verwenden, eine Fahrkarte lösen oder sich am Flughafen selbst einchecken. Das Service-Personal wiederum erhält durch die Selbstbedienung der Kundschaft freie Kapazitäten für eine exzellente Kundenbetreuung in komplizierteren Fällen, die auf die eine oder andere Weise jenseits der Norm liegen. So jedenfalls die Theorie. In der Praxis dagegen kommt es durchaus vor, dass die Geldkarte streikt, der Automat defekt ist oder bei der Reisebuchung und dem Self-Check-In etwas schiefliegt. Ohne menschliche Hilfe läuft in solchen Situationen oft nichts mehr, und die Vorteile verkehren sich für alle Beteiligten in spürbare Nachteile. Statt Zeit zu sparen, müssen Kunden dann nach einer unerwartet aufgetretenen Störung zunächst einmal einen geeigneten Ansprechpartner finden; sei es vor Ort oder aber per Telefon, Messenger-Dienst, E-Mail oder Kontaktformular. Das allein schon kann sich mitunter als mühsam und langwierig erweisen – und eine Antwort oder gar Hilfestellung wurden da noch lange nicht gegeben. Für das Servicepersonal wiederum wird aus einem Fall, der eigentlich Standard war, ein Reklamationsfall mit teilweise entsprechend ungehaltener

KI ersetzt nicht die menschliche Kompetenz

Kundschaft. Einfache Anfragen können über diesen Umweg plötzlich zu schwierigen werden. Die Servicekraft muss sich nicht mehr nur mit der Kundschaft und ihrer Frage zum jeweiligen Fachgebiet, sondern darüber hinaus auch noch mit der technischen Störung als solcher beschäftigen. Wieviel Stress eine derartige Situation erzeugen kann, lässt sich in vollen Supermärkten beobachten, wenn sich an der einzigen Kasse mit Servicekraft bereits eine Schlange gebildet hat, dann aber an einer Selbstzahlkasse eine Störung auftritt und dieselbe Servicekraft Abhilfe leisten muss – zu Lasten ihrer wartenden Kunden. Trotz aller unbestreitbarer Vorteile, die durch Automatisierung und Digitalisierung im Service erreicht werden können, sollten Unternehmen in ihrem Kundenservice deshalb nicht auf ein starkes Team aus kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verzichten. Ungeachtet sämtlicher Trends kommt es nämlich auch im Kundenservice letzten Endes häufig auf vermeintlich altmodische Werte wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Verbindlichkeit an, aber auch auf geistige Flexibilität und die Bereitschaft und Befugnis, notfalls auch eine unkonventionelle Lösung anbieten zu können. All das lässt sich KI schwer ersetzen. Bleibt noch der Trend des Omnichannel. Gemeint ist damit unter anderem auch, dass Kundinnen und Kunden über verschiedene Kanäle mit Anbietern kom-

munizieren und interagieren können – z. B. über Call-Center, Web-Chats, SMS, Messaging, E-Mail oder Social Media –, und dass sie zwischen diesen Kanälen wechseln können sollten, ohne ihr Anliegen jedes Mal aufs Neue vorbringen zu müssen. Zwar können für die Erledigung der einfachen, regelmäßig vorgebrachten Kundenfragen mitunter Chat-Bots eingesetzt werden – doch sobald es schwieriger wird, muss auch hier in der Regel eine menschliche Servicekraft übernehmen. In der Folge werden die Aufgaben für das Servicepersonal vielfach komplexer, was Arbeitgeber berücksichtigen sollten. Klarer Fall: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können nur dann exzellenten Kundenservice bieten, wenn sie geeignete Mittel dazu erhalten und sowohl Zeit als auch Kompetenzen erhalten, um ihre Kundinnen und Kunden rundum zufriedenstellen zu können. Ein ausgezeichneter Service beginnt deshalb immer auf Ebene der Geschäftsführung. Sie muss entsprechend sowohl in Mensch als auch in Maschine investieren. Welche Unternehmen aktuell aus Sicht ihrer Kundinnen und Kunden einen hervorragenden Service bieten, hat die ServiceValue GmbH in Zusammenarbeit mit WELT auch in diesem Jahr wieder ermittelt und in ein Ranking übertragen. Die servicestärksten Unternehmen erhalten neben einer mehr als zufriedenen Kundschaft auch die begehrte Auszeichnung „Service-Champion“.

MANAGEMENT-ELITE

QUALIFIZIERT FÜR DEN CLUB DER BESTEN

Wer aus Kundensicht in Deutschlands größtem Service-Ranking einen überdurchschnittlichen Service Experience Score (SES) erzielen und sich auf einem Medaillen-Rang platzieren konnte (s. Tabellen auf den folgenden Seiten), kann dies mit dem Gütesiegel zum erlebten Kundenservice nach außen sichtbar zeigen. Darüber hinaus haben sich alle Unternehmen mit einem SES von 56 oder höher für eine Aufnahme in den „Club der Besten“ qualifiziert. Die Bedingung für eine Mitgliedschaft ist jedoch der Nachweis, dass die Kundenbegeisterung nicht zufällig, sondern systematisch erzielt wird, dass also hinter dem guten Kundenurteil ein gut funktionierendes Qualitätssicherungssystem steht. Interessierte Unternehmen können freiwillig ab sofort diese Qualitätsbewertung vornehmen lassen. ServiceValue führt dann eine Service-Potenzial-Analyse (SPA) durch, die im Erfolgsfall dem Unternehmen die Mitgliedschaft im „Club der Besten im geprüften Management“ beschneidet. Diese Best-Practice-Beispiele werden wie die qualifizierten und erfolgreichen Unternehmen aus den Rankings zu Produkt, Preis, Marke, Filiale und Digitalisierung aus der Champions-Serie auf einem übergeordneten Platin-Rang geführt. Mit dieser Auszeichnung darf auch geworben werden: Ein Jahr können die prämierten Unternehmen das Platin-Siegel sichtbar nach innen und außen zeigen. Die SPA wird Form einer Auditierung durchgeführt. Sie befasst sich the-

matisch mit den wesentlichen Kriterien einer umfassenden Kundenorientierung, von der Idee in der Geschäftsleitung über die Umsetzung im Unternehmen bis hin zum Kundenkontakt. Dabei werden die wichtigsten Dimensionen der Kundenorientierung, „Persönlichkeit des Unternehmens“, „Produkt“, „PR/Kundendialog“, „Preis“, „Personal“, „Partnerschaft“, „Prozess“ und „physische Gestaltung“ geprüft. Die Auswertung beinhaltet eine IST-Analyse (aktueller Reifegrad) sowie eine Potenzial-Analyse (zukünftiger Wirkungsgrad). Jedem Teilnehmer erhält eine Management-Scorecard als kennzahlenbasierte Zusammenfassung und bei erfolgreichem Abschneiden ein Zertifikat ausgestellt. Die Ergebnisse und Potenziale können auf Wunsch darüber hinaus in einem persönlichen Analysegespräch oder auch im Rahmen eines Workshops im Haus des Teilnehmers vorgestellt und erörtert werden. Das Analyseverfahren wurde

von der Goethe Universität Frankfurt wissenschaftlich bewertet. Der Sozialpsychologe Rolf van Dick erläutert: „Der Service-Potenzial-Analyse (SPA) liegt das theoretische Modell der ‚7P‘ des Dienstleistungsmarketings zugrunde. In mehreren Service-Dimensionen wird das Konstrukt der Kundenorientierung differenziert, strukturiert und umfassend praxisorientiert messbar und steuerbar gemacht. Die SPA ist auch ein standardisiertes und objektives Verfahren, das den internen Entwicklungsstand eines Unternehmens in der Kundenorientierung gut diagnostiziert und belastbare Erkenntnisse liefert.“ Alle Club-Mitglieder treffen sich auf einem Gala-Abend. In feierlichem Rahmen werden dort die Unternehmen und ihre Leistungen in der Kundenbegeisterung vorgestellt und geehrt. Anschließend bietet sich die Gelegenheit zum konkreten Dialog, bei dem interessante Einblicke in die erfolgreichen Strategien und Konzepte der eigenen und anderer Branchen geboten und gewonnen werden. Die Analyse des Managements und die Prüfung auf Mitgliedschaft im Club der Besten erfolgen bewusst branchenunabhängig und stets in Bezug auf alle Dimensionen der Kundenorientierung. Die Teilnahme ist allen interessierten Unternehmen möglich. Voraussetzung einer Anmeldung zur SPA ist lediglich ein gutes Kundenurteil. Konkret beim Service-Ranking: ein SES von mindestens 56 Prozent. club-der-besten.org



Eine ganz besondere Auszeichnung: Wissenschaftlich erfolgreich geprüfte Service-Kompetenz kann mit diesem Siegel nach außen dokumentiert werden

SERVICE-CHAMPIONS 2024

WWW.SERVICEVALUE.DE



DEUTSCHLANDS GRÖSSTES SERVICE-RANKING

5226 FIRMIEN IM KUNDENURTEIL

Die Service-Champions 2024 sind in den drei Medaillen-Rängen alphabetisch sortiert:

Auf einem Gold-Rang finden sich die Unternehmen auf den Plätzen 1-500. Voraussetzung für eine Platzierung im Gold-Rang ist ein SES (Service Experience Score) von mindestens 64,23 Prozent (gerundet). Dieser Wert bedeutet, dass etwa zwei von drei Kunden mit diesem Unternehmen ein sehr gutes Service-Erlebnis erfahren haben.

Guter Service ist ganz offensichtlich keine Eintagsfliege: Auch in diesem Jahr verteidigen die Kreuzfahrereidreier AIDA, Apollo-Optik und die Privatbank Donner & Reuschel erfolgreiche ihre Spitzenpositionen des Vorjahres. Es folgen die Technikkonzerne Bosch und Siemens sowie der Reiseveranstalter alltours Reisecenter. Im Silber-Rang folgen dann die Unternehmen auf den Plätzen 501-1000, was einem SES von

mindestens 62,35 Prozent (gerundet) entspricht. Auf einem Bronze-Rang schließlich rangieren die Platzierungen 1001-1500 mit einem SES von mindestens 60,59 Prozent (gerundet).

Einen Medaillenrang in Deutschlands größtem Service-Ranking 2024 erreicht ein Unternehmen also nur dann, wenn es wenigstens 60,59 Prozent seiner Kunden der vergangenen drei Jahre durch einen sehr guten Service überzeugt hat. Es kann nicht nur Sieger geben: 3726 bewertete Firmen liegen unter diesem Wert. Wer jedoch einen SES von 56 Prozent (gerundet) oder höher aufweisen kann, bietet seinen Kunden – im branchenübergreifenden Vergleich – einen überdurchschnittlich guten Service.

Service. Die Tabellen listen den Namen des Unternehmens, die zugeordnete Branche und den für die Platzierung entscheidenden SES.

Er wird jährlich per Online-Erhebung ermittelt, indem zwischen 300 und 1000 aktuelle und ehemalige Kunden des Unternehmens befragt werden. Ist die Kundenzahl des Unternehmens oder innerhalb einer Branche nicht hinreichend groß, kann die Menge der Stichproben auch kleiner ausfallen. Insgesamt hat ServiceValue deutschlandweit über 2,1 Millionen Kundenurteile zu 5226 Unternehmen aus 423 verschiedenen Branchen eingeholt. Die Erhebung erfolgt stets ohne Beteiligung der bewerteten Firmen. So ist die Unabhängigkeit der Bewertung garantiert.

Mehr Informationen unter www.servicevalue.de

DIESE UNTERNEHMEN HABEN DIE GOLDMEDAILLE

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
1&1	64.3%	Telekommunikationsanbieter
1&1 DSL	66.0%	Internet-Provider
1a autoservice	64.9%	Autoservice
abakus24	67.3%	Optikerketten
Abele Optik	64.8%	Elektronikerhändler
Acer	67.5%	Elektronikerhändler
ADAC Versicherungen	67.5%	Versicherer - Multikanalvertrieb
ADAC Versicherungen	66.2%	Kfz-Versicherer
AdmiralDirekt	65.2%	Kfz-Versicherer
ADVO-CARD	69.2%	Rechtsschutzversicherer
AEG	66.0%	Haushaltservice
ahg	66.2%	Autohändler
AIDA	71.7%	Kreuzfahrtschiffe
aktivshop.de	67.8%	Gesundheitsmittel-Shops
ALDI Nord	66.1%	Lebensmittel-Discounter
ALDI SÜD	68.1%	Lebensmittel-Discounter
ALDI TALK	65.2%	Mobilfunk-Discounter
ALLES.AUTO	65.1%	Autoteasing-Portale
Allianz	66.5%	Versicherer - Multikanalvertrieb
Allianz	65.3%	Krankenzusatzversicherer
Allianz	65.3%	Reiseversicherer
Allianz	64.9%	Lebensversicherer
Allianz	64.9%	Kfz-Versicherer
Allianz	65.2%	Private & Krankenversicherer
Allianz Direct	65.4%	Reiseversicherer
Allianz Direct	64.6%	Direktversicherer
Alltours Flugreisen	66.9%	Reiseveranstalter
alltours Reisecenter	67.8%	Reiseveranstalter
Alivest	67.5%	Digitale Versicherungsexperten
alpha innotech	65.7%	Heiztechnik- & Wärmepumpenhersteller
Alphaga und gesund leben Apotheken	68.4%	Apotheken-Kooperationen
Althoff Hotels	64.7%	Hotels - Premium
andSAFE	64.8%	Universalsender
andsafe	64.8%	E-Bike Versicherer
ADK Bayern	67.5%	Krankenkassen - regional
ADK Nordstf.	64.9%	Krankenkassen - regional
ADK PLUS	66.3%	Krankenkassen - regional
ADK Rheinland / Hamburg	65.5%	Krankenkassen - regional
adnetcalering	67.8%	Contract-Caterer
apoBank (Dt. Apotheker- u. Arztkbank)	66.1%	Filialbanken
Apollo-Optik	71.2%	Optikerketten
APRIL International	64.4%	Reiseversicherer
ARAG	66.3%	Rechtsschutzversicherer
ARAG	65.8%	Versicherer - Multikanalvertrieb
ARAG	65.5%	Reiseversicherer
ARAG	65.4%	Private Krankenversicherer
ARAG	65.2%	Krankenzusatzversicherer
ARGE-HAUS	67.5%	Massivhausanbieter
Armstark	66.7%	Infrarotsaunaanbieter
ARTEMIS	66.0%	Augenlinsen-Kliniken
artstadium	64.8%	Rest-Casual-Restaurants
ASMO KÜCHEN	66.3%	Küchenfachhändler
atp-autoteile.de	65.1%	Autoteileshops
Autohaus Widmann	65.1%	Autohändler
B&B HOTELS	65.2%	Hotels - Budget
babista.de	64.5%	Fashion: Herrenmode - online
Badmitten.de	64.7%	Pflegeartikel
Barmeria	68.6%	Versicherer - Multikanalvertrieb
Barmeria	66.0%	Krankenzusatzversicherer

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
BARMER	68.0%	Krankenkassen - überregional
Baufi Direkt	66.8%	Baufinanzierer - Vermittler
Baufritz	65.1%	Fertighausanbieter
BAUHAUS	65.0%	Baumärkte
BauNecht	65.5%	Hausgeräteservice
bauro.de	65.0%	Elektronikerhändler
bestflow.de	65.0%	Ferienhausportale
BEN-ZENKER	64.3%	Elektronikerhändler für Gesundheit
bew24-fenster.de	65.4%	Fenster- & Türenversender
BHW Bausparkasse	66.4%	Bausparkassen
BILBO	69.2%	Fertighausanbieter
bikebox-shop.de	64.7%	Fahrrad-Shops
bilder.de	66.0%	Fotodienste
Binder Optik	66.2%	Optikerketten
BKK EUREGO	64.7%	Krankenkassen - regional
BKK GILDEMEISTER SEIDENSTICKER	66.0%	Krankenkassen - überregional
BKK Linde	65.0%	Krankenkassen - überregional
BKK ProVita	64.9%	Krankenkassen - überregional
BLAOK-DECKER	66.1%	Werkzeughändler
bobshop.com	64.8%	Fahrrad-Shops
Bosch	70.5%	Hausgeräteservice
Bosch Power Tools	68.5%	Werkzeughändler
bosspring-welt.de	64.6%	Werkzeughändler
Braunschweiger Privatbank	65.3%	Private & Krankenversicherer
brillen.de	65.3%	Optikerketten
brunshop24.de	66.8%	Büro- & Schreibwarenhandel
C24	64.4%	Neobanken
campingwagner.de	64.8%	Camping-Shops
careshop.de	64.9%	Pflegeartikel-Vermittler
Carglass	64.3%	Autoglassparat
caw.de	64.3%	Fotodienste
CleanCar	65.5%	Autowaschanlagen
comdirect	66.2%	Direktbanken
Commerzbank	66.0%	Filialbanken
computeruniverse.net	67.0%	Elektronikerhändler
Conorsbank	65.9%	Direktbanken
Cor	65.8%	Möbelmarken
CosmosDirekt	63.8%	Hafpflichtversicherer
CosmosDirekt	67.0%	Direktversicherer
CosmosDirekt	67.5%	Lebensversicherer
CosmosDirekt	65.7%	Contract-Caterer
DA Direkt	64.6%	Direktversicherer
DAHMIT Garagen	65.7%	Fertigaragenanbieter
Das Radhaus	65.8%	Fahrradhändler
Dasbach Köchen	65.1%	Küchenfachhändler
DebeKa	64.4%	Hafpflichtversicherer
DebeKa	64.3%	Versicherer - Exklusivvertrieb
DebeKa BKK	64.3%	Krankenkassen - überregional
DECHATHLON	65.7%	Sport- und Freizeitgeschäfte
DEGIV	65.4%	Immobilienvermittlung
DENOBAR	62.9%	Garten- & Motorgeräthändler
deubaxx.de	64.3%	Gartenartikel-Shops
DEURAG	64.9%	Rechtsschutzversicherer
Deutsche Bank Immobilien	64.5%	Immobilienmakler
Deutsche Dienststadt	65.5%	Dienstleistungsunternehmen
Deutsche Glasfenster	64.3%	Haushaltsfensteranbieter
Deutsche Teilkaut	64.3%	Immobilienverkauf
DEW21	65.3%	Stromversorger - regional
DHL	64.5%	Postdienste
Die Sparkasse Bremen	66.1%	Sparkassen
DKB - Deutsche Kreditbank	69.1%	Baufinanzierer - Banken
dm-drogerie markt	64.3%	Drogerien

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
dondino.de	66.7%	Cashback-Portale
DONNER & REUSCHEL	71.0%	Privatbanken
DRIVER Center	66.9%	Autoservice
Drogerie Müller	64.8%	Drogerien
Dussmann	64.5%	Contract-Caterer
DWS	66.5%	Universalsender
E.WIE ENFACH	64.8%	Stromversorger - bundesweit
E-family.de	66.0%	Fahrrad-Shops
ECO System HAUS	67.9%	Massivhausanbieter
EDEKA	64.8%	Lebensmittel-Einzelhändler
Educa Education First	64.4%	Spezialreisen
Einhell	64.7%	Werkzeughändler
eismann	65.0%	Lebensmittel-Einzelhändler
elco	64.7%	Heiztechnik- & Wärmepumpenhersteller
ELEMENTS	67.4%	Bausaustatter
ELKHUS	67.3%	Fertighausanbieter
ENBW	64.5%	Gasversorger - bundesweit
Enderlein Baufinanzierungen	65.0%	Baufinanzierer - Vermittler
enivis	64.7%	Krankenkassen - überregional
engbers	69.8%	Fashion: Herrenmode - stationär
Engel	65.8%	Fertighausanbieter
ENP/RE	64.7%	Ökostromanbieter
envisal	66.8%	Stromversorger - regional
Envisas	64.7%	Reiseversicherer
epriimo	67.3%	Ökostromanbieter
epriimo	65.3%	Ökostromanbieter
Epson	65.1%	Elektronikerhändler
ERGO	65.8%	Reiseversicherer
ET SolarPower	64.6%	Photovoltaik-/Solaranbieter
EuroParks	64.4%	Ferienparks
eurorad.de	67.0%	Dienstreifenrad-Leasing
Evergreen	64.9%	Digitale Finanzexperten
FALC Immobilien	66.7%	Immobilienmakler
familia Nordwest	65.0%	Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser
Familotel	67.0%	Hotels
feelgood-shop.com	64.8%	Vitamin-Shops
fenster24.de	65.4%	Fenster- & Türenversender
fenstermax24.com	64.4%	Fenster- & Türenversender
fenstermax24.com	66.3%	Fenster- & Türenversender
fenstermax24.com	66.6%	Digitale Finanzexperten
fenstermax24.com	66.2%	Digitale Finanzexperten
First Stop	66.3%	Autoservice
Fiskars	65.0%	Garten- & Motorgeräthändler
Five Guys	64.5%	Fast-Food Restaurants
Flora	65.3%	Küchenfachhändler
FONIC	64.2%	Möbelmarken
fotofreud.de	65.5%	Kamera/Zubehör-Shops
Frankfurter Volksbank RHEIN / MAIN	64.4%	Filialbanken
Freedom Finance	64.9%	Immobilienmakler
funst.de	64.9%	Möbel-Shops
Fürst Fugger Privatbank	65.1%	Private & Krankenversicherer
GANT	65.0%	Fashion: Damen- & Herrenmode - stationär
GARDENA	66.6%	Garten- & Motorgeräthändler
gartenmoebel.de	66.7%	Gartenartikel-Shops
garthof.de	65.8%	Gartenartikel-Shops
GESUND	65.5%	Haushaltswaren/Küchenutensilien
GESUND-IST-BUNT	65.8%	Apotheken-Kooperationen
Glatthaar Keller	65.2%	Fertigkelleranbieter
Gothaer	65.6%	Krankenzusatzversicherer
goormetfeisch.de	65.2%	Haushaltskleingeräthändler
GRAF	65.2%	Ökostromanbieter
Grüwel Energie	65.2%	Ökostromanbieter

DIESE UNTERNEHMEN HABEN DIE SILBERMEDAILLE

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
123energie	63.3%	Gasversorger - bundesweit
1&1	63.8%	Russische Vergleichsportale
1&1	63.5%	Universalsender
1&1	63.2%	Nachhilfeanbieter
1&1	63.9%	Leasingunternehmen
1&1	63.2%	Kindertagesstätten
1&1	63.2%	Personalienstleister
1&1	63.9%	Verkehrsclubs
1&1	63.9%	Reisen
1&1	62.8%	Rechtsschutzversicherer
1&1	62.5%	Direktversicherer
1&1	63.6%	Rechtsschutzversicherer
1&1	63.0%	Online-Broker
1&1	62.8%	Hotelsbuchungsportale
1&1	62.6%	Volunteering-Organisationen
1&1	64.0%	Photovoltaik-/Solaranbieter
1&1	62.9%	Reiseveranstalter
1&1	63.5%	Digitale Versicherungsexperten
1&1	63.0%	Hafpflichtversicherer
1&1	63.7%	Kfz-Versicherer
1&1	62.9%	Gesundheitsclubs
1&1	62.8%	Flusskreuzfahrten
1&1	63.2%	Kreditkartengesellschaften
1&1	63.3%	Photovoltaik-/Solaranbieter
1&1	62.3%	E-Bike Versicherer
1&1	63.2%	Versandapotheken
1&1	62.6%	Versandapotheken
1&1	62.5%	Tankstellen
1&1	63.1%	Contract-Caterer
1&1	62.9%	Verkehrsclubs
1&1	63.0%	Naturnot- & Umweltprodukte
1&1	63.2%	Russische Vergleichsportale
1&1	63.2%	Generalüberholte Elektronik
1&1	63.3%	Kliniken
1&1	62.9%	Fitnessgerätehändler
1&1	62.9%	Fahrradhändler
1&1	63.3%	Praxissoftware - online
1&1	63.6%	Baby- & Kleinkindausstatter
1&1	62.9%	Generalüberholte Elektronik
1&1	64.2%	Bäckereien
1&1	63.2%	Universalsender
1&1	64.2%	Bad-Shops
1&1	64.2%	Badausstatter
1&1	63.3%	Krankenkassenversicherer
1&1	63.4%	Baufinanzierer - Vermittler
1&1	63.4%	Massivhausanbieter
1&1	64.0%	Delikatessen/Festkost-Shops
1&1	63.9%	Italienbanken
1&1	63.9%	Betten & Zubehör
1&1	64.1%	Immobilienmakler
1&1	64.2%	Fahrrad-Shops
1&1	64.2%	Dienstleistungsunternehmen
1&1	64.2%	Software-Shops
1&1	62.4%	Bodenbelagspezialisten
1&1	62.7%	Buchversender
1&1	63.3%	Lebensmittel - Heimservice

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
bol.de	62.7%	Buchversender
booking.com	63.6%	Hotelsbuchungsportale
Borsoria Dortmund	63.1%	Bundesligacclubs
Bosch Smart Home	64.2%	Hausautomation
bosch.de	62.8%	Delikatessen/Festkost-Shops
bosch.de	64.4%	Fashion: Damen- & Herrenmode - stationär
bosch.de	64.1%	Optiker - online
bosch.de	63.3%	Münz- & Edelmetallhändler
bosch.de	63.3%	Büromöbelhändler
bosch.de	62.8%	Hausbauvermittler
bosch.de	64.1%	Optiker - online
bosch.de	63.3%	Münz- & Edelmetallhändler
bosch.de	63.3%	Büromöbelhändler
bosch.de	62.8%	Hausbauvermittler
bosch.de	63.3%	Reiseveranstalter
bosch.de	62.7%	Bad & Sanitär
bosch.de	63.1%	Bett- & Schlafmöbelhändler
bosch.de	64.2%	Fertigkelleranbieter
bosch.de	62.6%	Grillhersteller
bosch.de	62.6%	Hausautomation
bosch.de	64.4%	Dienstleistungsunternehmen
bosch.de	62.6%	Saunahersteller
bosch.de	63.5%	Gartenartikel-Shops
bosch.de	62.9%	Fashion: Familienmode - stationär
bosch.de	63.4%	Freizeitgestaltung
bosch.de	63.6%	Fashion: Herrenmode - stationär
bosch.de	62.9%	Online-Broker
bosch.de	62.7%	Carportanbieter
bosch.de	63.2%	Autobussen
bosch.de	64.0%	Kreuzfahrtschiffe
bosch.de	63.2%	Vergleichsportale
bosch.de	64.2%	Leasingunternehmen
bosch.de	63.7%	Baufinanzierer - Banken
bosch.de	63.2%	Kfz-Versicherer
bosch.de	63.3%	Tischtennis-Shops
bosch.de	62.7%	Backwarenbedarf-Shops
bosch.de	62.3%	Hotels - Premium
bosch.de	63.3%	Computerhändler
bosch.de	62.4%	Tea-Shops
bosch.de	63.4%	Optikerhändler
bosch.de	63.4%	Immobilienmakler
bosch.de	63.3%	Krankenkassen - überregional
bosch.de	64.0%	Reiseversicherer
bosch.de	64.0%	Optikerketten
bosch.de	64.0%	Immobilienvermittlung
bosch.de	62.6%	Wohlfühlverbände
bosch.de	63.1%	DEVI
bosch.de	62.9%	Glukose-Messgeräte
bosch.de	63.7%	Direktversicherer
bosch.de	63.5%	Reiseversicherer
bosch.de	63.3%	Krankenkassenversicherer
bosch.de	62.4%	Badausstatter
bosch.de	64.2%	Pflastersteine/Terrassenplatten
bosch.de	63.0%	Möbelmarken
bosch.de	63.3%	Wohnmöbelhändler
bosch.de	62.6%	Heiztechnik- & Wärmepumpenhersteller
bosch.de	64.2%	Weiterbildungsanbieter
bosch.de	62.8%	Personalienstleister
bosch.de	63.2%	Direktbanken
bosch.de	62.5%	Arzt- & Klinikportale
bosch.de	62.5%	Webhosting-Anbieter
bosch.de	63.2%	Software-Shops
bosch.de	64.2%	Parfümerien
bosch.de	64.0%	Solar-/Photovoltaik-Shops
bosch.de	62.5%	Baufinanzierer - Vermittler

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
druckerzubehoer.de	63.9%	Druckerzubehör-Shops
Dyscom	63.3%	Haushaltskleingeräthändler
E.ON Solar	63.6%	Photovoltaik-/Solaranbieter
easybooks.de	63.6%	Computerhändler
e-bike.de	62.5%	Kreuzfahrtschiffe
ehel.de	62.4%	Fahrrad-Shops
ElecSecure	62.4%	Steuervermittlung
Emirates	63.9%	Fluggesellschaften
emte.de	62.6%	Autoservice
emp.de	63.4%	Fanartikel-Shops
ENBW	63.4%	Stromversorger - bundesweit
engels	63.5%	Grillhersteller
endlich-sicher.de	62.9%	Reiseversicherer
Energie Marie	62.9%	Wechselpartale
Energieversum (ENW)	64.2%	Photovoltaik-/Solaranbieter
ENRA	62.5%	E-Bike Versicherer
ENTEGA	62.6%	Parfümerien - online
Envisas	63.2%	Krankenzusatzversicherer
EP-ElectronicPartner	63.7%	Elektronikerhändler
ERGO	62.6%	Hafpflichtversicherer
esquil.com	62.8%	Parfümerien - online
EthikBank	62.8%	Nachhaltigkeitsbanken
EuroEyes	63.2%	Augenlinsen-Kliniken
EUROMASTER	64.0%	Autoservice
EUROPA Versicherung	62.8%	Kfz-Versicherer
expert	63.4%	Elektronikerhändler
eyes + more	63.8%	Optikerketten
Fahrrad XXL	63.3%	Fahrradhändler
falltainer.de	62.9%	Druckerzubehör-Shops
familia Nordost	64.0%	Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser
familia-reisen.com	63.2%	Online-Reisebüros für Familienurlaub
fasten-club.de	62.4%	Flughäfen (groß)
FAWORT Massivhaus	62.9%	Massivhausanbieter
fanartikel-shop.de	63.3%	Fanartikel-Shops
fenster24.de	62.7%	Fenster- & Türenversender
ferret.de		

SERVICE-CAMPIONS 24

WWW.SERVICE-VALUE.DE

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche	Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche	Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche	Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
Grünwelt Energie	64,9%	Ökogasanbieter	KKH - Kaufmännische Krankenkasse	68,3%	Krankenkassen - überregional	MONTANA	66,0%	Gesversorger - bundesweit	Ocells	64,5%	Ökostromanbieter
gymondo.de	65,8%	Fitnessstudios - online	KLUDI	65,6%	Hotels - Budget	Motel One	67,0%	Hotels - Budget	Quick	65,5%	Kreditmarktplätze
HALO	64,6%	Haushaltswaren/Küchenutensilien	Külli Catering	65,2%	Contract-Caterer	Mr. Wash	68,6%	Autowaschanlagen	QVC	65,3%	Teleshopping-Sender
HAMMER Sport	65,2%	Fitnessgerätehändler	KNOX-REWE	68,2%	Krankenkassen - überregional	Muste Haus küchen	65,3%	Haustextilien	R	65,2%	Lebensversicherer
Hannoversche	66,3%	Lebensversicherer	Köln Bonn Airport	65,9%	Flughäfen (grob)	Köln Bonn Airport	65,9%	Flughäfen	R+V	64,9%	Haftpflichtversicherer
HANSE HAUS	67,8%	Fertighausanbieter	Körperformen	66,6%	EMS-Studios	Mustering	66,8%	Möbelmarken	rain.pension	66,8%	Digitale Versicherungsexperten
HanseMerkur	65,3%	Reiseversicherer	Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen	65,4%	Filialbanken	my-banner.de	65,1%	Druckereien	reddiff Küchen	69,2%	Küchenfachhändler
HanseMerkur	65,3%	Krankenzusatzversicherer	Kreissparkasse Köln	67,0%	Ökogasanbieter	my-spa.de	67,0%	Wellnessdienste	reifelektro	65,0%	Warenmarken/Elektrotechnik
HARDECK	65,9%	Möbelhändler	KÜCHE 3000	64,8%	Küchenfachhändler	nature-love.de	64,5%	Vitamin-Shops	reifelektro.de	64,9%	Reifenhändler
hauck	69,5%	Kinderwagenhersteller	KWB Finanz	65,7%	Baufinanzierer - Vermittler	Natio Marken-Discount	67,2%	Hörgeräteakustiker	Reisebüro	64,8%	Reisebüros
hauck Aufhäuser Lampe	69,2%	Privatbanken	ladbro.de	64,9%	Warenhäuser	NEUROTH	64,7%	Autobüros	RENSCH-HAUS	65,0%	Fertighausanbieter
heinz von Heiden	64,5%	Heizvergleichsportale	lampenwelt.de	65,2%	Lampen-Shops	neubike	65,6%	Digitale Versicherungsexperten	REWE	66,3%	Lebensmittel-Einzelhändler
HELLWEG	64,2%	Baumärkte	Landal GreenParks	67,1%	Ferienparks	neobike	65,6%	Digitale Versicherungsexperten	Riese & Müller	66,3%	Lebensmittel-Einzelhändler
HEM	65,4%	Kaufhaus/Warenhaus	Lebensparkasse zu Oldenburg (LZO)	65,1%	Fashion: Wäsche & Strümpfe - stationär	LASCANA	65,1%	Fashion: Damen- & Herrenmode - stationär	ritter	65,3%	Haushaltskleingerätehersteller
hepster	66,6%	E-Bike Versicherer	lastminute.com	64,7%	Reisebüros - online	Leipzig Messe	64,3%	Messen	ROMANTIK Hotels	65,3%	Hotelskooperationen
hessnatur.com	65,2%	Naturmode & Umweltprodukte	LichtBlick	65,0%	Ökogasanbieter	Leipzig Messe	64,3%	Messen	ROSSMANN	66,6%	Haushaltskleingerätehersteller
H-Hotels	64,5%	Hotels - Premium	lidl.de	66,3%	Universalversender	Lernstudio Barbarossa	64,3%	Nachhilfeanbieter	Samsung	68,5%	Elektronikerhersteller
Hilton Hotels & Resorts	66,0%	Hotels - Premium	Lifecare-Travel-Assistance (LTA)	64,3%	Reiseversicherer	LG	68,0%	Hausergüterservice	Samsung	67,6%	Hausergüterservice
lkk Krankenkasse	67,2%	Krankenkassen - überregional	LINDA Apotheke	63,0%	Apotheken-Kooperationen	LichtBlick	65,0%	Ökogasanbieter	SBK	66,3%	Krankenkassen - überregional
hoffmann-autobild.de	64,9%	EU-Neuwagenportale	Linor Hotels & Resorts	66,7%	Hotels - Premium	LichtBlick	65,0%	Ökogasanbieter	Scalable Capital	66,2%	Digitale Finanzexperten
Höfner	68,7%	Möbelhändler	linexo by WERTGARANTIE	64,3%	E-Bike Versicherer	lidl.de	66,3%	Universalversender	Schneider Schirme	64,4%	Sonnenschirmhersteller
Hofmeister	65,9%	Möbelhändler	LogoEnergie	64,6%	Ökostromanbieter	Lifecare-Travel-Assistance (LTA)	64,3%	Reiseversicherer	Schöno	66,9%	Fenster, Türen, Tore
Holiday Inn	65,1%	Hotels - Mittelklasse	LogoEnergie	64,6%	Ökostromanbieter	Lindor Hotels & Resorts	66,7%	Hotels - Premium	Schönerlie	65,1%	Nachhilfeanbieter
HP	64,6%	Elektronikerhersteller	Ludwig-von-Kauff.de	65,1%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	linexo by WERTGARANTIE	64,3%	E-Bike Versicherer	Schutzbrief24	65,7%	Elektronikversicherungen
HSBC	68,6%	Privatbanken	Lufthansa City Center	67,0%	Reisebüros	LogoEnergie	64,6%	Ökostromanbieter	Schwäbisch Hall Baufinanzierung	67,2%	Baufinanzierer - Vermittler
HSE	66,5%	Teleshopping-Sender	Lufthansa City Center	67,0%	Reisebüros	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	SEGEMÜLLER	69,0%	Möbelhändler
Hugendubel	65,5%	Buchhändler	LVS 1871	65,3%	Baufinanzierer - Banken	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Seidenstickerei	64,7%	Fashion: Hemden & Blusen - stationär
HUK24	66,0%	Haftpflichtversicherer	LWI Versicherung	67,4%	Rechtsschutzversicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	sgg (Studiengemeinschaft Darmstadt)	66,3%	Weiterbildungsanbieter
HUK-COBURG	65,2%	Krankenkassen - regional	LWI Versicherung	67,4%	Rechtsschutzversicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	SIEBAU	65,0%	Carpoltherapeut
IXX	64,5%	Kreuzfahrtschiffe	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Siemens	70,2%	Hausergüterservice
HX Hurtigruten Expeditions	64,5%	Kreuzfahrtschiffe	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	SINN	67,1%	Fashion: Modehäuser
HypoVereinsbank	64,5%	Lebensversicherer - Banken	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Smart-Service	64,9%	Digitale Finanzexperten
idea+spiel	64,5%	Spielewarenfachgeschäfte	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	smag	64,4%	Haushaltskleingerätehersteller
ideare24.de	64,5%	Cashback-Portale	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Smile & Eyes	64,9%	Fashion: Damen- & Herrenmode - stationär
IKK classic	67,6%	Krankenkassen - überregional	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	smileunion	65,6%	Zahnkliniken
IKK gesund plus	65,1%	Krankenkassen - überregional	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sodexo	65,5%	Contract-Caterer
iksmysmile	67,0%	Zahnkliniken	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Softie	66,7%	Hotels - Premium
ILS	65,2%	Weiterbildungsanbieter	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Somfy	65,3%	Hausesautomation
ING	66,2%	Direktbanken	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sony	65,7%	Elektronikerhersteller
INUI	67,7%	Fitnessstudios	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	sozial.de	64,6%	Betten & Zubehör
inslamotion.com	67,7%	Autobüros	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparda-Bank München	65,7%	Balkonkraftwerk-Shops
INTER	65,0%	Private Krankenkassensicherer	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparda-Bank Nürnberg	65,7%	Filialbanken
InterCityHotel	66,8%	Hotels - Mittelklasse	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	sparhaus.de	65,0%	Mobilefunk-Retailer
InterCity	66,8%	Hotels - Mittelklasse	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Aachen	65,1%	Filialbanken
Interfiring	65,5%	Möbelmarken	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Hammor	65,3%	Filialbanken
IST-Studieninstitut	65,5%	Weiterbildungsanbieter	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse KölnBonn	67,1%	Filialbanken
JOB AG	64,8%	Personaldienstleister	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse KölnBonn	67,1%	Filialbanken
JOEY	65,2%	Optikretailer	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
Junge Die Bäckerei	65,3%	Bäckereien	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
junited AUTOGLAS	64,2%	Autoglasreparatur	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
Käufelbringer	68,3%	Klimaanlagenhersteller	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
KAMP	67,5%	Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
Kempinski	67,0%	Hotels - Premium	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
KENNGOT-Firepops	64,3%	Tropenstempelhersteller	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
Keller Home & Garden	68,5%	Küchenfachhändler	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
kfzteile24.de	65,7%	Autoteileshops	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
Kieser Training	64,7%	Fitnessstudios	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
Klimax	65,0%	Krankenkassen - regional	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
KIND	65,8%	Hörgeräteakustiker	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken
kindereisewelt.de	65,5%	Online-Reisebüros für Familienurlaub	LVM Versicherung	64,8%	Kfz-Versicherer	Logoservice	64,5%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	Sparkasse Pforzheim Calw	64,6%	Filialbanken

Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche	Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche	Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche	Unternehmen / Marke	SES 2024	Branche
GSE Haus	62,8%	Massivhausanbieter	Karminbrot	64,0%	Mobilefunk-Discount	Neodigital	62,9%	Digitale Versicherungsexperten	Royal Caribbean International	63,3%	Kreuzfahrtschiffe
gutenkloster.de	64,1%	Garten- & Motorgerätehersteller	KickEnergy	63,0%	Möbel-Shops	Neodigital	62,9%	Digitale Versicherungsexperten	Russell Hobbs	63,0%	Haushaltskleingerätehersteller
gutmarkiert.de	62,5%	Personalisierte Etiketten	knappstein	63,6%	Möbelhändler	Niethil Sitzmöbel	63,0%	Hotels - Mittelklasse	Sander Gourmet	62,7%	Contract-Caterer
gymxene.de	64,0%	Sportfahrungs-Shops	KNAUS	62,6%	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	NKO	64,0%	Fashion: Discount	Santander Bank	63,0%	Baufinanzierer - Banken
Hammer Sparkasse (Haspa)	64,1%	Filialbanken	KNOX	62,6%	Non-Food-Discount	NOVELAN	63,2%	Non-Food-Discount	Sartorius	63,2%	Reinigungs-Services
Hammer zuhause	63,2%	Wand-/Bodenfachmärkte	kompetz24.de	63,3%	Baustoff-Shops	Novoferr	63,2%	Fenster, Türen, Tore	Saturn	63,0%	Elektronikhandel
hausvertragede	63,3%	Mobilefunk-Discount	krauteraus.de	63,3%	Gesundheitsartikel-Shops	Novotel	62,9%	Hotels - Mittelklasse	SB-MOBI BOSS	63,2%	Möbelhändler - Discount
HANSANIME & Garden	63,2%	Wand-/Bodenfachmärkte	krauteraus-zentrale.de	63,3%	Kreuzfahrtschiffe	Octopus Energy	62,7%	Ökostromanbieter	Scanfank Marlow	62,7%	Fertighausanbieter
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	kuebler-sport.de	62,6%	Küchenspezialitäten	online-rtz24.de	64,3%	Essensersatz-Plattformen	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,1%	Haftpflichtversicherer	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	schattenfilz.de	62,8%	Elektronikversicherungen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheiben-Doktor	62,5%	Autoglasreparatur
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HANSA-PARK	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller	Scheuch	63,4%	Sonnenschutz-Plattformen
HanseMerkur	63,2%	Freizeitparks	LAGERBOX	63,3%	Self-Storage-Anbieter	Opel	62,5%	Autohersteller			

SERVICE-CHAMPIONS 2024

WWW.SERVICEVALUE.DE

MUSS SERVICE HEUTE NEU GEDACHT WERDEN? INTERVIEW MIT DR. CLAUD DETHLOFF VON SERVICEVALUE

WARUM DIE ANFRAGEN ANSPRUCHSVOLLER WERDEN

Wenn man sich die Ergebnisse der „Service-Champions“ im Zeitverlauf ansieht, fällt auf: Während der letzten Jahre sind die Werte der Studiensieger gesunken. Wie erklären Sie sich diesen Effekt?

Ja, die Spitzenwerte sind tendenziell leicht gesunken. Grundsätzlich kann das zwei Gründe haben: Entweder haben die Anbieter ihre Standards gesenkt, oder aber die Kundinnen und Kunden haben ihre Ansprüche erhöht. Beides ist möglich. Dabei fällt auf, dass viele der Unternehmen, die in diesem Jahr als die besten gelten, auch schon während der letzten Jahre stets ganz vorne mit dabei waren. Denkbar wäre es darum, dass gerade von diesen, bei uns ausgezeichneten, Anbietern einfach sehr viel erwartet wird. Die ex ante gefassten Kundenerwartungen beeinflussen nämlich immer die ex post gefällten Urteile, sodass diese für Anbieter, die als besonders servicestark bekannt sind, strenger ausfallen könnten.



HENRIK SCHIFFER

Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführer der ServiceValue GmbH und langjähriger Service-Fachmann

Für einen tatsächlich schlechteren Standard seitens der Anbieter wiederum spräche, dass auch bei den Schlusslichtern der Studie ein Trend zu noch niedrigeren Werten zu beobachten war – doch scheint dieser sich aktuell wieder umgedreht zu haben: Der Studienletzte von 2024 ist wieder auf dem Niveau des Schlusslichtes von 2021. Der Service wird vielerorts immer digitaler. Könnte das ein Grund für kritischere Kundenstimmen sein? Natürlich gibt es auch solche Kundinnen und Kunden, die den Einsatz von digitalen Services oder Automatisierungsangeboten per se und nach wie vor ablehnen. Die dürfen allerdings kaum in der Mehrzahl sein. Wenn durch die Digitalisierung im Service nämlich ein Mehrwert für Kunden generiert werden

kann, nehmen viele solche Angebote auch sehr gerne wahr: ob durch Online-Buchungen und -Bestellungen, digitale Möglichkeiten, sich zu informieren oder selbst zu bedienen, Online-Verträge oder Angebote zum Konfigurieren von Waren – all das kann Kundinnen und Kunden das Leben durchaus erleichtern. In Deutschland sind weder Servicekräfte rund um die Uhr zu erreichen noch Filialen 24 Stunden an sieben Tagen geöffnet. Digitale Serviceangebote bieten eine Flexibilität, Zeitersparnis und Unabhängigkeit, die viele zu schätzen wissen. Voraussetzung dafür ist allerdings natürlich, dass neben der Zweckmäßigkeit auch die Funktionalität jederzeit gegeben ist. Und dass im Zweifel mit überschaubarem Aufwand und einer zumutbaren Zeitverzögerung menschliches Servicepersonal erreichbar ist.

Spiele der Grad der Digitalisierung in den einzelnen Branchen eine Rolle dafür, wie gut die jeweiligen Branchen im Ranking abschneiden? Nur bedingt. In den meisten Branchen gibt es inzwischen auch digitale Serviceangebote, und es kommt weniger auf die Masse an, als vielmehr darauf, wie sinnvoll und nutzenbringend sie eingesetzt werden. Und letztlich sollten auch der allgemeine Digitalisierungsgrad und noch besser der Digitalisierungsreifegrad in Deutschland kritisch betrachtet werden. Auch unabhängig davon, dass wir teilweise in Großstädten noch Mobilfunklöcher antreffen.

Welche Branchen werden von Kundinnen und Kunden besonders für ihren Service honoriert? Teilweise sind das genau die Branchen, von denen das zu erwarten wäre: Nämlich Branchen, in denen quasi das Verhalten der Kundschaft zum Programm gehört. Zu nennen wäre da etwa Kreuzfahrtanbieter und die Hotellerie – allen voran das Premiumsegment natürlich. Als Branchen punkten aber zum wiederholten Male auch beispielsweise überregionale Krankenkassen, Photovoltaik- und Solaranbieter sowie Küchenfachmärkte. Wie passt das zusammen? Wir meinen: Ein hervorragender Service ist relativ unabhängig davon, welche konkreten Produkte oder Dienstleistungen ein Unternehmen

anbietet. Es sind vielmehr die Zugewandtheit zum Kunden und die Berücksichtigung seiner individuellen Bedürfnisse, die zählen. Das beweisen auch einzelne Anbieter aus den Branchen der Optiker, der Privatbanken und der Herrenmode, die seit Jahren regelmäßig in den Top-Ten auftauchen. Übrigens wird auch in all diesen Branchen mit digitalen Serviceangeboten gearbeitet, wenn auch mal mehr und mal weniger. Verändert sich allmählich für die menschlichen Servicekräfte das Anforderungsprofil? Durch die Informationsfülle im Internet haben viele Kundinnen und Kunden zu dem Zeitpunkt, zu dem sie eine sozusagen menschliche Servicekraft ansprechen, bereits recht klare Vorstellungen davon, was sie möchten und was nicht. Die Beratungsleistungen, die dann gefordert sind, gehen über ein erstes

Informieren hinaus und sind oft recht speziell und konkret. Servicemitarbeiterinnen und -mitarbeiter brauchen deshalb eine gute Fachkompetenz, doch vor allem sollten sie gut und länger zuhören können. Darüber hinaus benötigen sie gegebenenfalls auch entsprechende Befugnisse seitens ihrer Arbeitgeber, um Kundenanliegen zügig und zielführend bearbeiten zu können. Zudem müssen sie vielfach ein Stück weit mit der

Technik, die hinter automatisierten Abläufen oder digitalen Anwendungen liegt, vertraut sein, um auch desbezügliche Kundenanfragen beantworten oder sie andernfalls unverzüglich an einen geeigneten Ansprechpartner weiterleiten zu können. Die Qualität der Arbeit einzelner Servicekräfte hängt deshalb oft stark von den internen Unternehmensstrukturen ab. Insofern geht das Anforderungsprofil mit-

lerweile über das Kompetenzgerüst des Einzelnen hinaus und erstreckt sich auf das ganze Team und sogar auf die gesamte Organisation. Was können Unternehmen für ihren Service tun? Erstens sollten sie die richtigen, serviceorientierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen und dafür sorgen, dass diese fachlich stets auf dem aktuellen Stand sind. Und zweitens sollten sie ihren Angestellten im Service ein

Arbeitsumfeld bereitstellen, in dem sie handlungsfähig und gut miteinander vernetzt sind, sodass ein Kunde schnell eine befriedigende Lösung erhält und auch bei wechselnden Gesprächspartnern und Kommunikationskanälen sein Anliegen als bekannt voraussetzen darf, anstatt es immer wieder neu erklären zu müssen. Die Hausaufgaben haben sich im Kern nicht verändert, doch die Hülle ist eine andere – und mitwirken müssen alle.

Arbeitsumfeld bereitstellen, in dem sie handlungsfähig und gut miteinander vernetzt sind, sodass ein Kunde schnell eine befriedigende Lösung erhält und auch bei wechselnden Gesprächspartnern und Kommunikationskanälen sein Anliegen als bekannt voraussetzen darf, anstatt es immer wieder neu erklären zu müssen. Die Hausaufgaben haben sich im Kern nicht verändert, doch die Hülle ist eine andere – und mitwirken müssen alle.

DIE BRANCHENSIEGER IM RANKING

Table with 3 columns: Branche, Unternehmen/Marke, SES Branchen-gewinner. Lists top performers in various sectors like Kreuzfahrtservice, Einzelhandel, etc.

Table with 3 columns: Branche, Unternehmen/Marke, SES Branchen-gewinner. Lists top performers in various sectors like Urban Sports Club, PC. PAUNSDORF CENTER, etc.

Table with 3 columns: Branche, Unternehmen/Marke, SES Branchen-gewinner. Lists top performers in various sectors like Haushalts- & Geschenkläden, Eisdielen, etc.

DER DIENSTLEISTER

DIE SERVICEVALUE GMBH

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet 2009. Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Service-Effekte auf. Besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. ServiceValue bietet anwendungsbezogene Seminare und Inhouse-Schulungen zur Informations- und Wissensvermittlung an. Hier reicht das Spektrum von emp-

rischen Forschungsmethoden über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis hin zur strategischen Beratung. Zudem führt die Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe und Ratings zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung von Unternehmen durch. Darüber hinaus pflegt ServiceValue ein Verbraucherportal, welches über Meta-Analysen zu ausgewählten Branchen Orientierungshilfe schafft und interessante Blogposts anbietet.

